

دور العناصر المرئية في تذكّر الرسالة في اعلانات الموشن جرافيك "دراسة حالة لإعلانات التوعية حول COVID-19 من قبل وزارة الصحة والسكان المصرية"

م.د/ فاتن ابراهيم عوض خميس

مدرس بقسم الاعلان، كلية الفنون التطبيقية ، جامعة دمياط

fatenibrahim18@gmail.com

الملخص :

يتناول البحث استخدام فن الرسوم المتحركة للتوعية بفيروس كوفيد ١٩ ، الذي اجتاح العالم في موجة من الهجمات ، مما استلزم تكريس الدول في جميع أنحاء العالم لاتخاذ الخطوات المطلوبة لمواجهة الوباء ، بما في ذلك التنسيق لحملات توعية عامة لتعريف المجتمع بأساليب الوقاية والاستجابة وطرق التعامل في حالة الإصابة.

و قد لجأت وزارة الصحة والسكان المصرية إلى استخدام فن الموشن جرافيك - و هو أحد الفنون الحديثة - للتوعية بمرض كوفيد ١٩ المستجد في إعلانات التوعية العامة ، حيث يتمتع هذا الفن بالعديد من المزايا التي تحقق الشعبية والقبول بين الجماهير كأداة إعلانية للتوعية العامة ، وقد قدمت الباحثة في هذا البحث دراسة وصفية وتحليلية لأربعة فيديوهات إعلانية من اعلانات وزارة الصحة و السكان المصرية على صفحة الوزارة الرسمية على فيسبوك ، وتم التعرض للعناصر المرئية من شكل و لون وتيبوغرافيا و حركة إلى جانب عنصر الصوت و المدة الزمنية للاعلان ، ثم استخدام استبيان لتصنيف أهمية كل من هذه العناصر و ما لها تأثير سلبي أو إيجابي على التعرف على الرسالة الإعلانية وتذكرها .

و من خلال التحليل الاحصائي تم التوصل الى مجموعة من النتائج بخصوص تفضيلات الجمهور المتلقى و مدى تأثير كل عنصر من هذه العناصر على تذكر الرسالة الاعلانية و تقبلها ، حيث نجد أن الأشكال البسيطة يتم استيعابها بشكل أسرع ، كما ان الحركة و هي العنصر المميز لاعلانات الموشن فقد فضلت الجماهير الحركات البسيطة ، الى جانب الصوت فقد فضلت النسبة الأكبر من الجماهير أن يصاحب الاعلان تعليق صوتي و ليس مجرد موسيقى ، وأن تكون المدة الزمنية للاعلان قصيرة قدر المستطاع ، و هو ما يستوجب على المصمم الاعلاني مراعاة كافة العناصر المكونة للفيديو الاعلاني المقدم حتى يحقق الهدف المنشود و يصل الى الجماهير بشكل ناجح .

الكلمات المفتاحية:

موشن جرافيك ، حملة توعية عامة ، عناصر بصرية